XEXYMIX

애슬레저 XEXYMIX 분석 및 22 S/S 상품기획
Portfolio

CONTENTS

1. BRAND INTRODUCTION
2. BRAND ANANYSIS(자사, 경쟁사) BRAND STRATEGY(자사)
3. 2022 / SS FASHION TREND FORECASTING(FASHION, COLOR, FABRIC, CONSUMER)
4. 2022 / SS PRODUCT PLANNING CONCEPT
5. MAPING(IMAGE, CONCEPT, COLOR, MATERIAL, STYLE)
6. Detail Marketing Strategy

1. BRAND INTRODUCTION

XEXYMIX

BRAND INTRODUCTION / BRAND STORY

XEXYMIX

- 비싼 요가복 가격을 낮추고, R&D 소재 기술 개발
- 전문가들을 상대로 조사하여 원단 내구성, 비싼 가격 보완하여 최적의 아시안 핏 요가복 출시
- 피부에 밀착되는 편안함 + 몸매가 드러나는 요가복 핏
- 가장 아름다워 보이는 라인의 입체패턴을 개발, 2015년 브랜드 출시
- 기본 라인, 블랙 라인, 맨즈 라인 세분화

BRAND INTRODUCTION

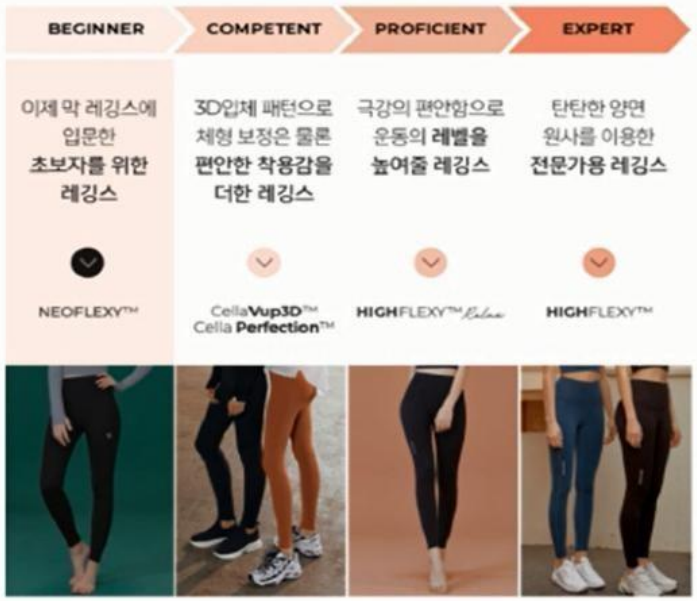
- Brand Product History :

BRAND INTRODUCTION

- Brand Product :

제품 카테고리 - 여성/남성 상.하의.아우터. 스웜웨어 , 블랙라벨, 에슬레저, 악세서리(이너웨어 양말 요가매트 가방 슈즈 , 애견 후드집업), 코스메틱

다양한 고객 맞춤 레깅스 분류 -



BRAND INTRODUCTION

BRAND INTRODUCTION

- Brand Unique Seling Point :

강사회원

강사 회원 신청 | 강사 멤버십 카드신청 | **강사 모델 모집** | 강사 모델 스토리 | 강사 회원 전용 게시판

강사 회원들에세 주는 특별한 혜택. -> 회원 제도.

1. 카드발급 :면세점 제외 오프라인 매장에서 10% 할인 가능. <사진 1>
2. 강사 모델 모집: 강사 혜택, 일반수강생 혜택

<사진 1>

● 강사회원모델 혜택

- 오픈클래스 강평 시 고통서 지원
- 강사님 약력 및 소개글과 함께 강의 사진 및 영상
  학사캐스 홈페이지 게재
- 학사캐스 상 하의 각각 1일 지원

● 추천인 혜택

내가 추천한 강사님이 모델이 되는 순간!
지원금 30,000원 지급!

<사진 2>

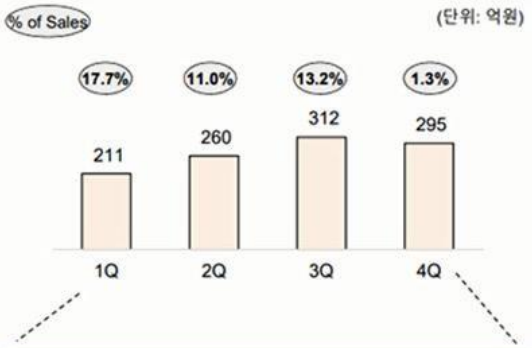
BRAND INTRODUCTION

- Sales :

젝시믹스는 성장세를 보이고있음.
코로나19가 나타난 2020 이후로도 매출 1094억원 영업이익 108억원을 달성함. (2021.02.17)

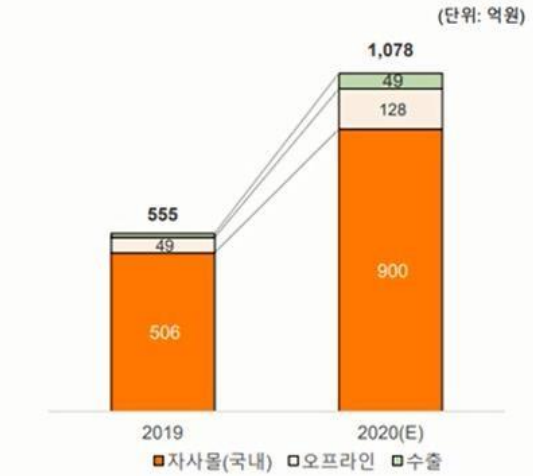
BRAND INTRODUCTION

젝시믹스 분기별 매출 / 영업이익률



젝시믹스 온라인/오프라인 월별 매출 트렌드

최근 2개년 채널 별 매출



Review

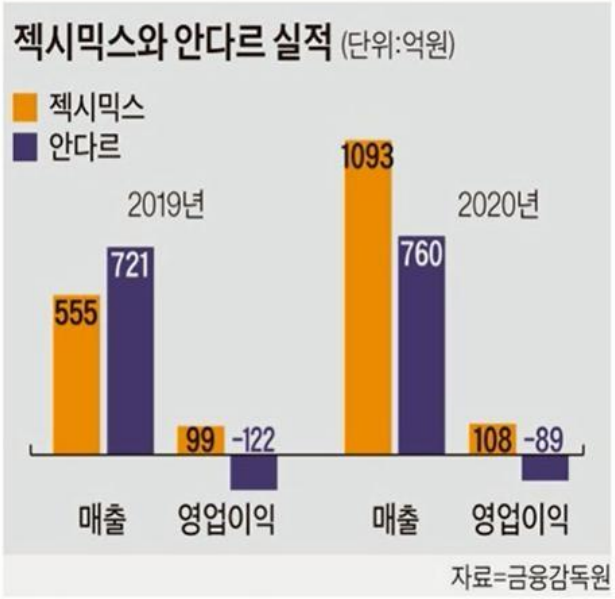
- **매출 : 코로나 19 영향에도 불구 YoY 94% 성장**
  - 국내 자사몰 기준, 매출 YoY 78% 성장
  - SKU 기준 300 종 이상의 신상품 출시, 회원 수 100만명 돌파 등 성과 달성
- **영업 이익률 : 전사 연결 영업이익률 대비 4.1%p 높은 브랜드 영업이익률 달성**
  - 3년 연속 두 자리 수 영업이익률 유지
  - 주식보상비용 및 TV CF 광고비 제거 시 보다 높은 영업이익률 달성 (Back-up 참고)

* 2020년 실적은 자체 결산 기준

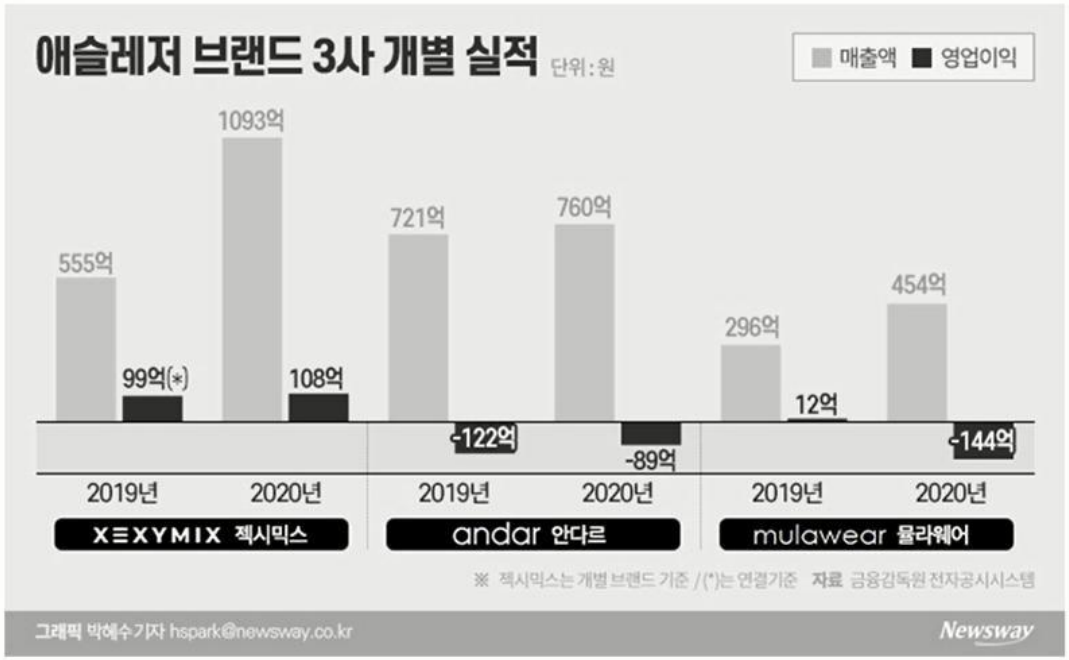
BRANDX.

BRAND INTRODUCTION

BRAND INTRODUCTION



2019~2020년 젝시믹스와 안다르의 실적 비교.



BRAND INTRODUCTION

- Off-line Store :

국내 매장

롯데백화점 대전점
롯데백화점 전주점
롯데몰 김포공항점
롯데몰 수원점
롯데몰 수지점
롯데월드몰점
신세계백화점 강남점
신세계백화점 경기점
신세계백화점 김해점
신세계백화점 하남점
신세계백화점 의정부점
신세계백화점 타임스퀘어점
신세계백화점 타임스퀘어점
신세계 센텀시티 부산점
신세계면세점 인청공항점

현대백화점 울산점
현대백화점 미아점
현대백화점 판교점
현대백화점 킨텍스점
현대백화점 유플렉스 대구점
현대백화점 유플렉스 충청점
더 현대 서울
현대 프리미엄 아울렛 SPACE 1
현대 프리미엄 아울렛 대전점
NC 아울렛 신구로점
스타필드 안성점

총 26개 점포

해외 매장

- Coming Soon -

BRAND INTRODUCTION / ENVIRONMENTAL ANALYSIS

- 일반 환경 / 사회·문화

• 위드 코로나에 따른 온라인 활동, 소비 증가, 재택과 더불어 집을 중심으로 하는 활동 증가

• 1인 미디어 소비 증가, 세대적으로 새로운 소비 주력으로 MZ세대 중요성 대두

BRAND INTRODUCTION / ENVIRONMENTAL ANALYSIS

- 일반 환경 / 기술

- 코로나 이전, 전반적인 디지털 전환, 디지털 프랜스포메이션을 통해 빅데이터, AI 등 기술적 요소 부각
- SNS, 이커머스, 라이브 커머스 등 다양한 형태의 온라인 디지털 플랫폼 환경 구축
- 소재 측면에서 코로나 장기화에 따라 리사이클, 업사이클 개념 중요, 생분해성, 폐원단 등 환경 중심의 여러 방식 소재 개발 진행 단계

BRAND INTRODUCTION / ENVIRONMENTAL ANALYSIS

- 일반 환경 / 생태학
- 친환경, 지속가능성 개념 도입, 기업의 ESG 경영 도입의 중요성
- CSR(CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILTY) 기업의 사회적 책임
- 환경, 동물에 대한 의식 강화 등

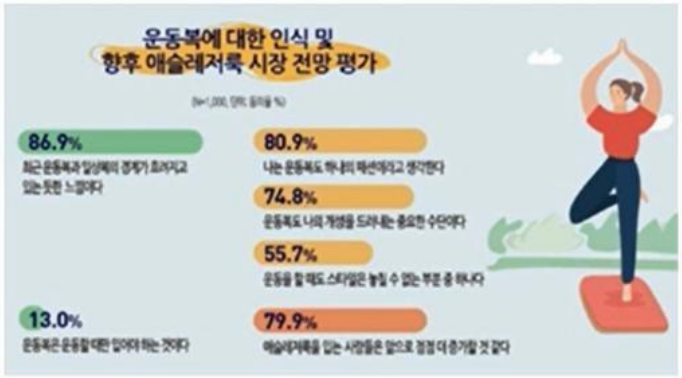
BRAND INTRODUCTION / FASHION

- 패션 산업 환경

• 애슬레저, 원마일, 집콕 패션 등 환경적 요인과 라이프 스타일 변화에 따른 편안한 필수 아이템이 주류

• 다양한 아이템이 아닌 에센셜, 킬링, 캐리 오버 아이템을 통한 상품 기획

BRAND INTRODUCTION / FASHION



- 애슬레저 산업 환경
- 운동에 대한 인식, 트렌드 변화
- 운동복에 대한 인식의 변화에 따른 “오하운(오늘 하루 운동)” 트렌드 등장
- 일상과 운동, 레저의 믹스, 조화를 통해 지금 현재 직면하고 있는 상황을 반영
- 고객층을 여성에서 남성까지 다양하게 전개

2. BRAND ANALYSIS

XEXYMIX

BRAND ANALYSIS / 4P

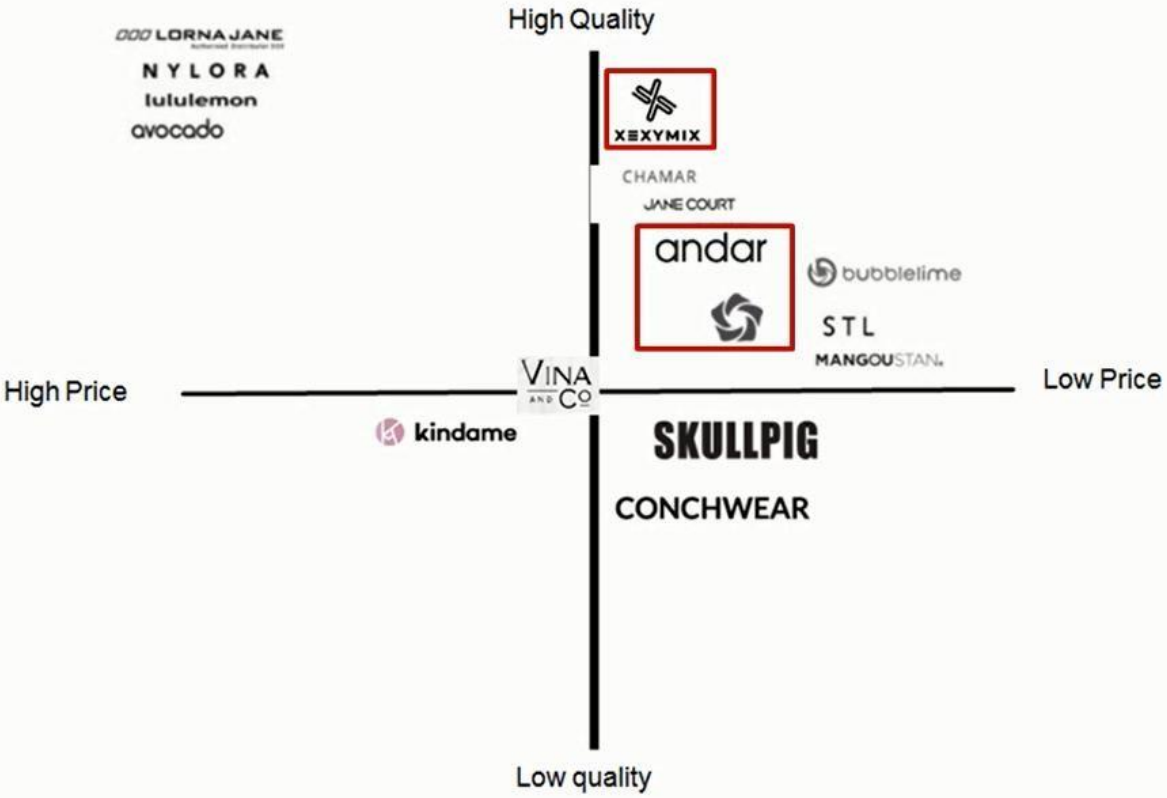
• 자사 브랜드 분석

환경		요약
브랜드 개관	브랜드 컨셉	- 편안한 착용감& 디자인 최적심미적의 아시안 핏요가복 - 강사와 고객이 만족하는 전문가가 선택한 요가복 - XEXY(무한한 섹시)MIX(운동과 일상, 애슬레저룩을 지향하는 브랜드 컨셉) - 언제어디서나 일상복으로 입을 수 있는 의류 - 체형에 상관없이 편하게 입을 수 있는 의류
	TARGET	- 요가, 필라테스를 즐기는 요가나전문강사 - 헬스와 같은 운동 입문자 고려 - 2030 MZ세대 - 일상복에서 운동을 즐기는 라이프스타일을 가진 젊은층

PRODUCT	-Product variety : 상의(BasicT-shirt, Crop T-shirt, Long sleeve T-shirt, Bra top, Support top) ,하의(Leggings, Crop leggings, Shorts, Rashguard), 아우터(Hoodie, Hoodie zip up, Denim jacket, Windbreaker), 악세서리 (이너웨어 양말 요가매트 가방), 스윔웨어(상의 하의 맨즈 코디아이템), 코스메틱, 슈즈 -Packaging: 루명 비닐지퍼백 포장, 조고객 2개 소재택1개 (제품별 상이)부착 세탁시주의사항종이 , 반품설명서 포함 배송 -Size :S~XXXL 까지 있지만 제품별 상이: 체형을 고려한 폭넓은 사이즈 구성 -운동단계별 세분화된 레깅스 라인 보유 -언제 어디서나 실외에서 일상복으로 입을 수 있는 의류 -빠른 신제품 출시 -> 고객의 제품 선택권이 넓음 -일반 라인과 다른 업그레이드 블랙라벨 라인 전개 -맨즈 라인 전개 -여성의 체형이 가장 아름다워 보이는 라인의 입체 패턴 개발 -피부같이 밀착되는 편안한 착용감 , 탄탄하게 몸을 받쳐주어 운동의 결과가 눈으로 보이는 요가복
PRICE	-상의 (할인가: 14900~54000 ,정상가: 28000~103000) -하의 (할인가:11900~59000,정상가: 39000~118000) -애슬레저 (할인가:8500~62000 ,정상가: 29000~ 72000) -아우터 (할인가:19000~ 62000 ,정상가: 32000~72000) -슈즈 (할인가:59000 ,정상가 99000) -스윔웨어 (정상가:14000~68000) -악세서리(정상가:900~96000) -코스메틱(18000~) 단위/원, 카테고리는 맨즈 블랙라벨 포함함. -합리적인 가격 (경쟁브랜드 제품등에 비해가격이 낮은편) -신제품 출시를 기념하여 5% 할인 이벤트실시 -신규회원 이벤트 -> 회원가입을 유도해 소비자 접근성을 높임
PLACE	온 / 오프라인 채널 복합 이용전략 -온라인: 자사 몰 -오프라인:자사 플래그쉽 스토어, 3대 유통사,NC 아울렛,면세점,팝업스토어(잠실 롯데월드몰, 강남 신세계 백화점)-> 제품 판매 목적을 넘어 브랜드를 만끽하고 경험할 수 있는 체험형 공간으로 구성. -D2C(Direct to Consumer,직접판매)
PROMOTION	-스타 마케팅(제시, 김종국), SNS 인플루언서 활용그 마케팅, 1+1 판매,매달 쿠폰 지급, 등급별 할인 혜택, 적립금 지급, 강사 회원제도(카드발급), 강사 모델제도, Ambassador 마케팅, 앱 편의기능 9근처매장알림), 고객 참여 이벤트진행, 코디쿡 제 안, 할인쿠폰 제공 -의류 다각화 전략, 사업 다각화 전략(패션->뷰티) -다양한 브랜드와 협업 진행 1. 젝시믹스X농심캡로그 : 이색 협업 제품 출시(캡로그의 할간색 박호고 포인트로한정판 제품 출시), 프로틴 시장공략(프로틴의 중요성을 알리며, 운동을 하며 건강한 프로틴 습관을 위해) 2.젝시믹스XSKT2030이 용자: SK텔레콤 이용하며 1할(새해맞이)에 생일을 맞은 2030 여성 이용자 중 15%할인 쿠폰을 제공->핵심 타깃층인 MZ 세대의 브랜드 인지도 상승 시키기 위한 전략 3젝시믹스X리조드휘트니스 리조드휘트니스롯데백화점 매장 내 팝업스 토어를 통해 운동과 쇼핑이 동시에이루어 질 수있 는 체험형 공간 조성 4. 젝시믹스X자색으로 잘빠진 옥수수수염차 신상윔비디 기모레깅스구 매 시 선착순4000명에게 '자 색으로 잘빠진 옥수수수염차' 제공 ->추운 날씨에도 자기관리하는 소비자들을 응원하기 위한 이벤트 -사회 공헌 활동 (동물단체 기부, 의료진 위한 지원 물품 마련 , 의류 기부 등)

BRAND ANALYSIS / POSITIONING MAP

1) 포지셔닝 맵



BRAND ANALYSIS / COMPETITOR

- 제 1 경쟁사 “안다르”
- 국내 애슬레저 시장에서 젝시믹스와 함께 대표 브랜드로 소비자들이 인식
- 비슷한 제품 카테고리, 가격대, 마케팅 전략(스타 마케팅, 기능 중심 마케팅, 수량 마케팅)
- 브랜드 설립과 스타트 단계 유사, 에슬레저로 세분화 시켜 전개
- 유통적 부분에서는 안다르는 광주, 전남 중심, 젝시믹스는 대전, 부산, 경상 중심으로 상반된 리테일 전략

BRAND ANALYSIS / COMPETITOR

mulawear

- 제 2 경쟁사 "뮬라웨어"
- 제 1 경쟁사 선정 기준과 달리 부족한 제품 라인과 리테일 부분이 부족
- 강사회원 제도, 비즈니스 회원 제도 등 유사한 멤버쉽 제도가 있어 선택
- 2011년을 시작으로, 애슬레저 시장에서 최장수 브랜드라는 강점을 가지고, 스타 마케팅(이하늬)을 통해 인기를 가져감
- 제품 품질이 우수, 가격 라인도 다르기 때문에 제 2 경쟁사 선정

BRAND ANALYSIS / XEXYMIX BEST ITEM

1) 제품군별 주요TOP 3~5 아이템 정리

젝시믹스 BEST

• TOP

아이스 페더

에어센트

비비

탁월 퍼펙트핏

아이스 페더 컴포트

• BRATOP

하이디 베이직 브라탑

블랙라벨 하이플렉시 릴렉스 탑

엑스프리마 올인원 브라탑

아이린

하이플렉시 글램 브라탑

• LEGGINGS

셀라 V업 3D

네오플렉시 레깅스

셀라 업텐션 레깅스

셀라 피치 플러피 기모레깅스

셀라 V업 3D 플러스

BRAND ANALYSIS / ANDAR BEST ITEM

● 안다르 BEST

• TOP

안다르 에어터치
페이스 티셔츠

에어리핏 에센셜 티셔츠

에어리핏 에센셜
오버핏 티셔츠

에어터치 페이스
숏 슬리브

인터락 코튼
라벨 포인트
숏 슬리브

• BRATOP

비프리 컴포트 브라탑

비프리 올데이 크롭탑

더블 크로스백 브라탑

컴포트 브라프리크롭
숏 슬리브

비프리 Y브라탑

• LEGGINGS

에어코튼 시리 시
그니처 9부 & 8.2부

소프트 드망 조거핏
레깅스

에어코튼 핏
하이라이즈 9부

에어코튼 핏
하이라이즈 8.2부

에어웜 기모 지니 9부

BRAND ANALYSIS / MULAWEAR BEST ITEM

● 뮬라웨어 BEST

• TOP

언발란스 브이넥 롱 슬리브 | 스테디 베이직 숏 슬리브 | 릴렉싱 컷아웃 크롭 롱 슬리브 | 트위스트 패드형 롱 슬리브 | 컷아웃 패드형 롱 슬리브

• BRATOP

투인원 스포츠 브라 | 컴포터블 심리스 롱 브라탑 | 컴포터블 심리스 크롭 숏 브라탑 | 무브언트 스포츠 브라 | 스튜디오 스포츠브라

• LEGGINGS

노블 레깅스 | 노블 (no cut) 레깅스 | 하이탬포 레깅스 | 하이탬포(no cut) 레깅스 | 에어라이트 레깅스 네오 플렉스

BRAND ANALYSIS / SWOT

Strength

- 스타마케팅을 통한 확실한 브랜드 이미지 구축
- 애슬레저를 중심으로 다각적 사업 확대
- 애슬레저 내 다양한 라인을 통해 소비자 유인
- 합리적 가격과 빠른 국내 생산

Weakness

- 상대적으로 타켓 연령층이 제한적
- 경쟁사와 차별화 된 메시지 부재
- 공격적인 스타 마케팅 부재
- 다각적 사업으로 리스크를 가질 우려

Opportunity

- Covid-19로 인한 실내를 중심으로 하는 활동 증가
- 환경적으로 신체에 대한 건강 중요성 대두
- 자기 자신에 대한 관리 의식 증가

Threat

- Covid-19로 인한 전반적인 경기 침체와 소비 위축
- 다양한 경쟁사 출현
- 의류 산업의 불황 장기화

BRAND ANALYSIS / 4P

Product

- 친환경 소재 제품 라인 형성
- 체형에 자신 없는 소비자를 위한 제품 라인 형성
- 젝시믹스 자체 소재 개발
- 이종업계 아티스트와 콜라보 제품 진행
- 제품에 대한 커스터마이징 제품 라인 형성

Place

- 오프라인 채널 확대를 통한 고객 경험 증가
- 대형 피트니스 센터 제휴
- 글로벌 시장으로 확대, 현지 전문가 협업
- 집중 상권을 통한 팝업 스토어 진행

Price

- 오프라인 팝업을 통해 특별 할인, 이벤트 가격 형성
- 세부 운동 종류에 따라 가격 라인 형성
- 다른 차별 라인과 교차 할인 가격 형성

Promotion

- 타켓을 중년, 시니어까지 확대하여, 미디어 전략 수립
- 동종 / 이종업계 간 협업 진행
- MZ 세대에 맞는 광고 캠페인, 실행
- 여러 운동 센터와 협업 진행
- 자사 유튜브 채널 활성화를 통한 양질의 운동 콘텐츠 제공

3. 2022 SS FASHION TREND FORECASTING

XEXYMIX

22/ SS FASHION TREND FORECASTING

- 구분 없는 계절감
- 더 세분화된 소량 생산
- 여성과 남성이 구분 없는 Genderless
- Target에 집중한 더 많은 캡슐 컬렉션
- 소비자 니즈에 맞는 빠른 반응 생산
- 지속가능성, Recycle 소재, 원단의 지속화
- 소재와 자재에 대한 집중을 통해 소비자 만족 향상
- 생산 뿐만 아니라 전체적 프로세스에 대한 투명성 강화
- 컬렉션은 제품에 대한 도움, 유용, 보호의 요소가 부각
- 소재는 항균, 공해 방지, Self-cleaning, healing 기능 부각

22/ SS MAIN TREND FORECASTING

- 소비자 CX에 기반한 서비스 개발
- Comfort, Seemless 디자인
- 환경에 맞는 신소재 기술 개발
- 지속가능성, 친환경, 리사이클, 업사이클의 중요성
- 펜데믹, 위드 코로나 환경에 따른 건강, 안전, 보호의 중요성
- 의류 소재 기능의 중요성(알레르기, 박테리아, 항균, 공해 방지 등)
- 건강과 접목한 Wearable 제품 중요성

22/SS COLOR TREND FORECASTING

1. 아기의 숨결(여름 미니멀한 미학, 부드러운 톤)
2. 비치 글래스(신선한, 상쾌한 느낌)
3. 블루 아톨(생명적 감각, 여름의 물 느낌)
4. 노란색 조명(생명력, 활력, 실증주의 느낌)
5. 인디고 멧새(현대적 바다 요소 느낌)
6. 용암 폭포(깊고 따뜻한 느낌)
7. 마키아토(중성적 차분한 느낌)
8. 금잔화(레트로 골드 컬러)
9. 오렌지 오커(강하고 대담한 느낌)
10. 절인 고추(자연과 더 가까운 관계 느낌)
11. 피루엣(파스텔, 부드러운 느낌)
12. 퍼플 로즈(파스텔, 매혹적, 몽환적 느낌)
13. 얼티밋 그레이(세련미, 우아함, 미니멀리즘 느낌)

22/SS FABRIC TREND FORECASTING

- 자연에서 영감을 얻은 직물
- 자연, 환경 친화적 직물
- 에코 프로세스
- 폐기물, 재사용 그리고 재활용 감소
- 천연 염색의 스킨 케어 베네핏

62394

78 생분해 성 폴리 에스테르 22 스판덱스 더블 니트

51064

그래 핀 열 온도 조절 패브릭

21409

면 폴리 에스테르 혼방 스판덱스 투톤 피케

21386

UMORFIL Beauty 탈취 바이오닉 나일론 스판덱스 원단

22/SS FABRIC TREND FORECASTING

- 코로나 장기화에 따른 환경 의식 인식
- 생태학적 의식에 기반한 산업 추진
- 일회용 플라스틱 재활용 직물
- 직물을 통한 지속 가능성

R62374S

80 % 재활용 폴리 에스터 20 % 스판덱스 인터록 원단

62394

78 생분해 성 폴리 에스테르 22 스판덱스 더블 니트

21499

생분해 성 폴리 에스테르 스판덱스 저지 원단

21482

Unifi Repreve 재활용 폴리 에스터 스판덱스 원단

22/SS FABRIC TREND FORECASTING

- 재활용 직물의 다목적 기능
- 직물의 텍스처와 기능의 결합
- 코로나에 따른 직물의 기능성 중요
- 보호 및 Well-being (항균, 냄새 방지 마감 등)

21542

편도 위킹 재활용 폴리 에스터 스판덱스 원단

11733

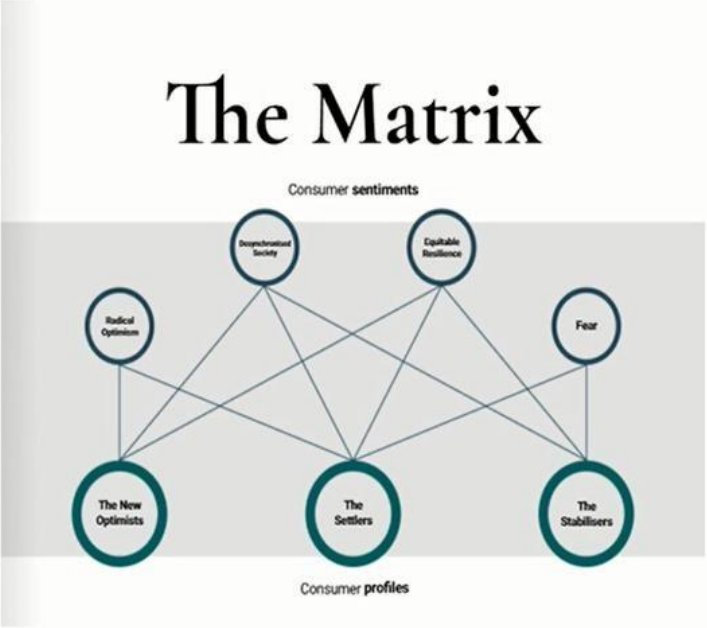
80 % 나일론 20 % 스판덱스 원사 염색 스트라이프 와플 원단

62370

더블 자카드 메쉬 인터록 위킹 패브릭

위킹 단방향 위킹 냄새 방지 열의 냉각 온도 조절

22/SS CONSUMER TREND FORECASTING



- 새로운 낙관론자, 정착자, 안정자 3개 소비자 유형 분류
- 급진적 낙관주의, 비 동기화 사회, 공평한 탄력성, 공포, 4개 소비자 감정 분류
- 3개 소비자 유형과 4개 소비자 감정은 서로 상관성을 가짐
- ***이러한 소비자를 대상으로 전략을 3단계로 설정, "문제 단순화, 라이브 스트리밍 환경, 온디멘드 발전"을 언급***

- https://www.yumpu.com/en/document/read/63158558/future-consumer-2022-executive-summary-v13

4. PRODUCT PLANNING CONCEPT

XEXYMIX

PLANNING CONCEPT

	CONTENTS
CONCEPT STORY	• 위드 코로나에 따른 건강, 안전 그리고 일상, 자연의 MIX • 애슬레저에서 라인을 중심으로 러닝 확장 • "플로깅(Plogging)" 집단을 세부 Target으로 설정, 집단 특성은 러닝을 통해 현대 사회의 복합적인 문제를 인식(자연, 환경, 윤리 등) • 친환경 상품 라인 추가, 지속 가능한 자연 친화 개념 적용, 친환경 소재, 리사이클 소재 활용, 추가적 러닝 이미지 구축을 통한 통합적 스포츠 액티브 웨어를 목표 (장기적으로 기능적, 실용적, 윤리적, 자연적인 Total Sport Brand 구축)
MAIN THEME	• 코로나와 더불어 환경에 따른 자연에 대한 문제 인식, 또한 개인의 건강과 안전을 통한 "플로깅(Plogging) 러닝 애슬레저 웨어
SUB THEME - SUSTAINABLE ECO-FRIENDLY	• 지속 가능한 환경, 패션을 고려한 친환경, 리사이클 패션을 통한 윤리적 가치 표현 및 실현
SUB THEME - CASUAL RUNNING ATHLEISURE	• 애슬래저(요가, 필라테스)를 중심으로 러닝을 포함, 일상과 운동을 통한 건강의 조화

22/SS TARGET

AGE / GENDER

- 20 ~ 40대
- MZ 세대, 베이비 붐 세대
- 소비 주력 MZ, 은퇴 세대 베이비 붐 세대 확장
- 여성, 남성 모두 포함
- 메인을 여성, 서브를 남성

DETAIL INFO

- 일상 속 운동을 즐기는 가치관
- 자신을 꾸미고 관리하는 가치관
- 운동과 건강 중심 라이프 스타일
- 환경, 자연에 대한 의식 표현
- 윤리적 가치관 표현

5. MAPING

XEXYMIX

IMAGE MAP

CONCEPT MAP

Sustainable Running Athleisure
XEXYMIX 2021/SS

COLOR CONCEPT

- 22/SS Color Trend Forecasting(Wgsn & Coloro)
- 망고 셔벗 컬러, 웰빙과 건강을 의미하며, 에너지를 상징
- 아틀란틱 블루, SS에 맞는 유기농 인디고 염료와 바다의 색조 반영
- 올리브 오일 컬러, 녹색 계열은 자연의 연관성 때문에 지속적인 포인트 색상

COLOR MAP

Sustainable Running Athleisure / Color Map
XEXYMIX 2022/SS

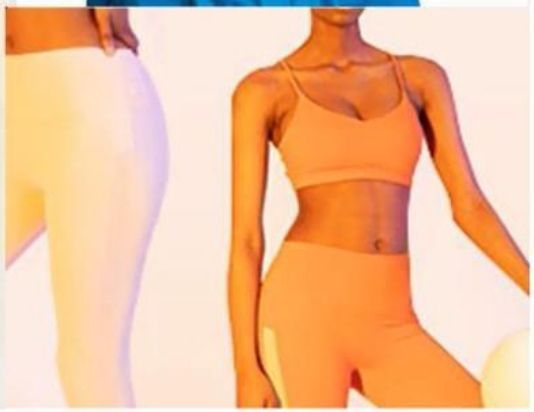
MATERIAL CONCEPT

- 22/SS Material Trend Forecasting
  - 자연에서 영감을 얻은 소재
  - 자연, 환경 친화적 소재
- 재활용 프로세스, 에코 프로세스를 통한 지속가능성 실현
- 애슬레저, 액티브 웨어에 적용을 통한 윤리성, 지속가능성 표현

MATERIAL MAP

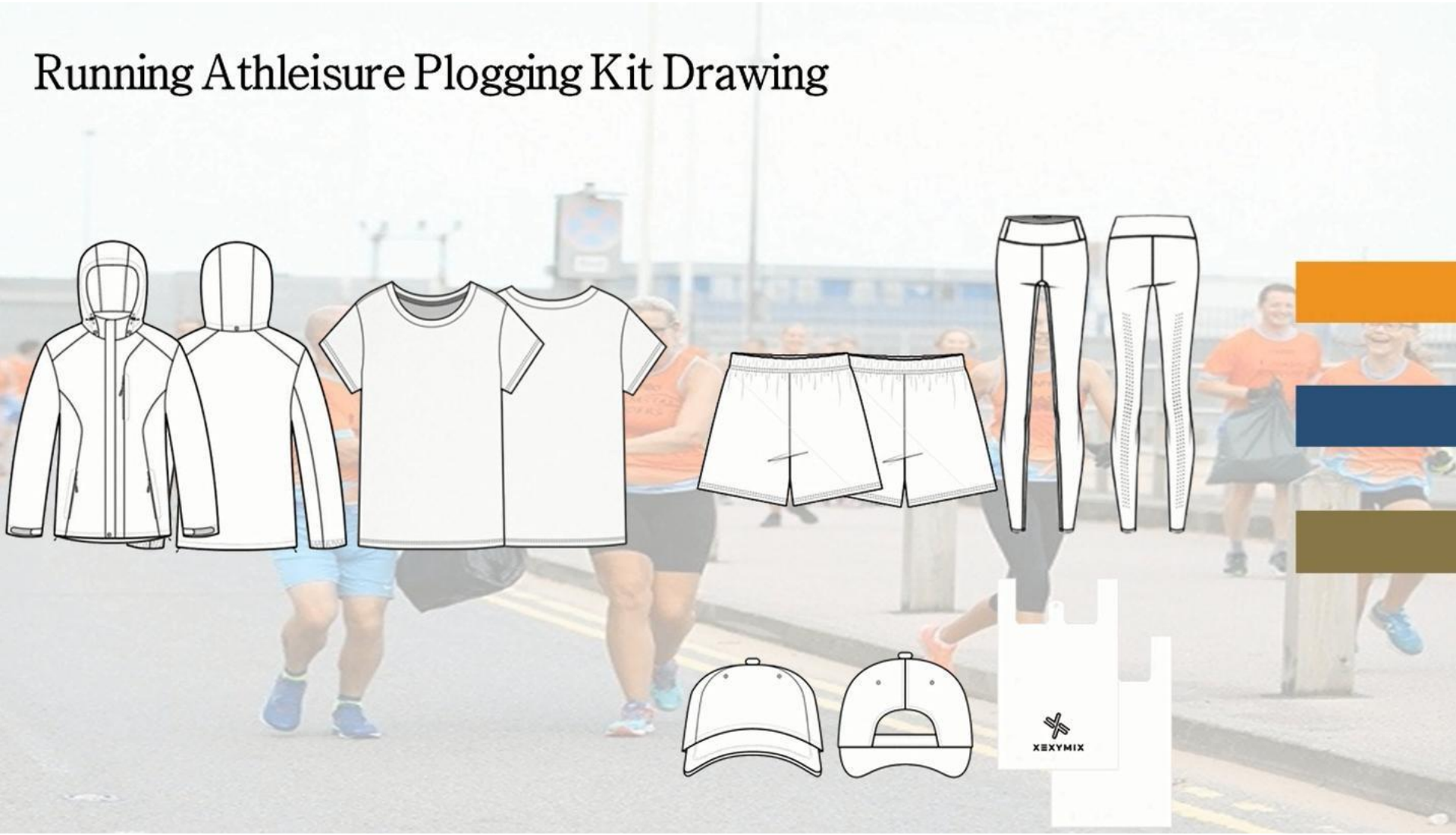
Sustainable Running Athleisure Material Map
XEXYMIX 2022/SS

STYLE MAP



Sustainable Running Athleisure / Style Map
XEXYMIX 2022/SS

Running Athleisure Plogging Kit Drawing



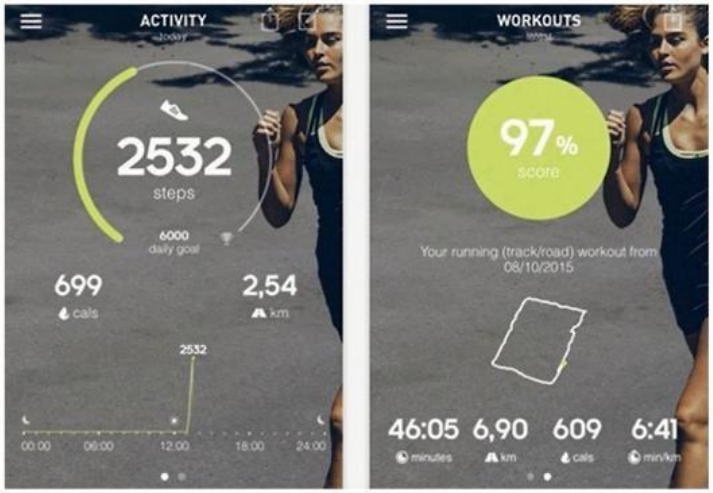
Running Athleisure Plogging Kit Look book

Sustainable Running Athleisure Plogging kit Lookbook
XEXYMIX 2022/SS

6. DETAIL MARKETING STRATEGY

XEXYMIX

DETAIL MARKETING STRATEGY



- 젝시믹스 운동 앱 개발을 통한 자사 앱과 연동

(자사 판매 커머스 앱과 운동 앱으로 양방향 소비자 유인)

- 젝시믹스 웨어러블 디바이스를 통해 앱과 운동 기록, 동기화
- 젝시믹스 운동 앱 내에서 스토어 운영을 통해 제품 추천

(고객 정보에 의한 운동에 맞는 제품, 기록과 운동량에 맞는 제품, 의류, 뷰티, 헬스, 푸드 등)

THANK YOU